

# 中国モーターショー及び都市部の自動車外板色彩動向

Color Trends and Popularity in AUTO CHINA 2008 and Chinese Urban Area



CD 研究所  
第1研究部  
原田 修  
Osamu  
Harada



CD 研究所  
第1研究部  
小澤 隆  
Takashi  
Ozawa

## 1. はじめに

中国市場全体における2007年新車販売台数は、800万台強と言われており、米国に次ぐ世界第2位の市場に成長している(日本は第3位)。2008年から続く世界的な金融危機の影響もありその成長にかげりが出てはいるが、自動車関連業界にとって重要な成長する市場であることには変わりはない。

色彩開発を担当するCD研究所では2000年以降、自動車産業のグローバル化に対応して継続的にアジア各国における自動車色彩の市場調査を行ってきたが<sup>1), 2)</sup>、今回は中国の自動車色彩の動向に絞って報告する。



図1 広州ホンダの自主ブランド小型SUV「理念」

2008年4月に開催された北京モーターショーでは、国内外の自動車各社が相次いでワールドプレミアカーやコンセプトカーを披露しアジア最大規模の出展台数となり、中国メーカーの躍進と海外メーカーの中国重視の姿勢を強く感じたショーであった。例えば、広州ホンダは自主ブランドを使って開発した「理念」を初公開し注目を集めた(図1)。

このように急速に発展している中国自動車市場であるが、その外板塗色の色彩動向に関しては、信頼できる統計データや情報が容易には手に入らないのが現状である。そこで我々は中国自動車市場における最新カラートレンドを把握することを目的として色彩動向調査を実施した。

## 2. 調査方法

### 2.1 中国モーターショーにおける自動車色彩分布データの収集

中国モーターショーにおける自動車色彩の調査は、2003年から2008年にわたって、出展されている自動車メーカー全ての展示車両を、色彩カテゴリーに分け目視観察によってカウントする方法で実施した(2007年春の上海モーターショーは2006年秋の北京モーターショーと開催時期が近かったため調査していない)。色彩のカテゴリーは、ホワイト、シルバー、グレー、ブラック、レッド、オレンジ、ベージュ〜ゴールド、ブラウン、グリーン、ブルー、パープルを基本色とし分類した。さらにトレンド動向を、注目した自動車色彩の写真をつかって色彩カテゴリー別にまとめた。

図2に、その代表例としてブラックのまとめを示した。

### 2.2 都市部における自動車色彩分布データの収集

また、実際に道路を走行している市販車の色彩分布を把握することを目的として、首都圏あるいは大都市近郊の交通

AUTO CHINA 2008

## Black 継続して注目

■ popularity: **14.2%**

- 中国市場では最も多い重要な色相。
- 前回の北京モーターショーより4%増加。
- 高級セダン車格を中心とした展開が多い。
- 北京汽車が発表した2ドアクーペ「北京800」は、漆黒感狙いのソリッド。
- VWなど欧州メーカーは、パールなどの光輝材を使用したエフェクトブラックが中心。

北京汽車/北京800

TOYOTA/CROWN

Volkswagen/Phaeton

Mercedes-Benz/R500

図2 モーターショーにおける色彩カテゴリー別トレンドまとめの例

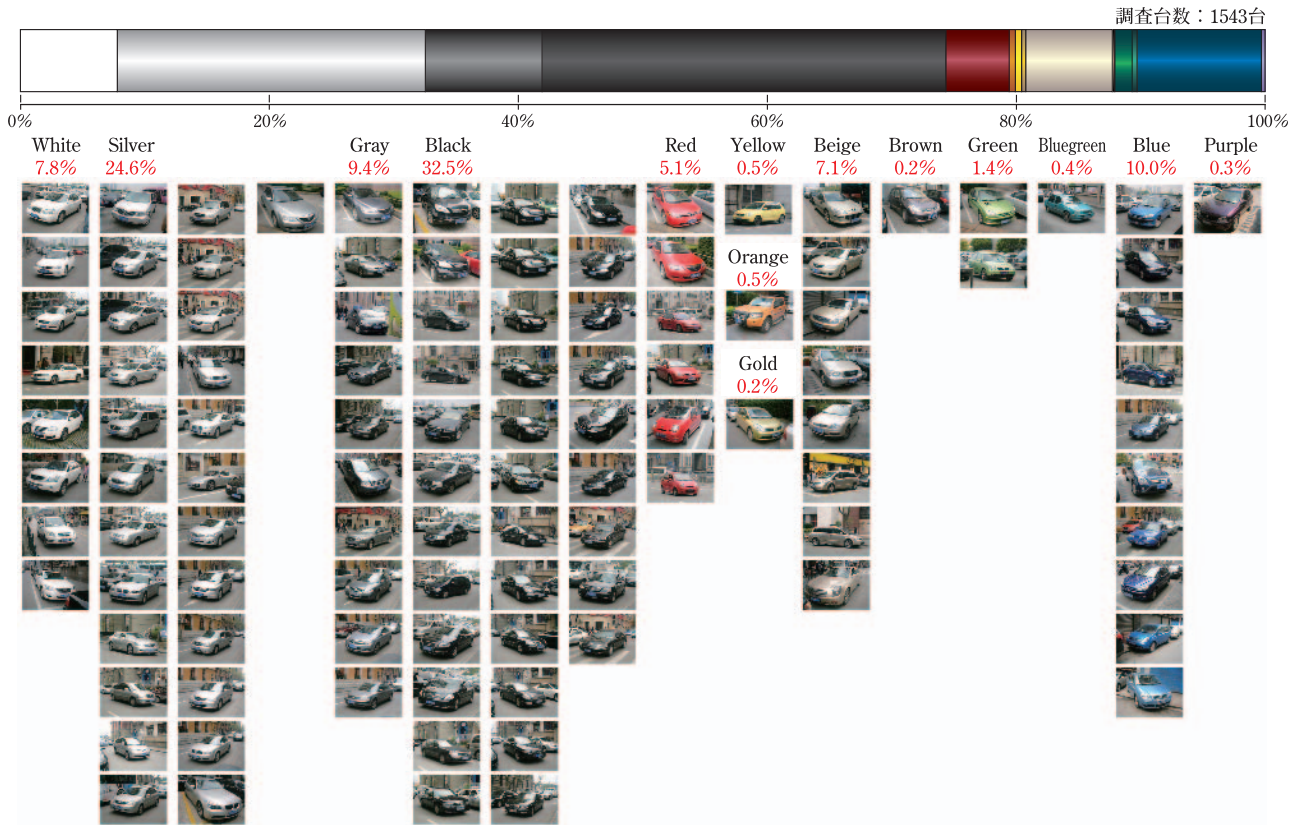


図3 自動車の色彩分布のビジュアライズ（2008年4月上海市内）

量の多い道路の周辺数カ所において、バス、タクシー、トラック等の商用車を除く乗用車を1000台以上無作為に選び、2004年以降定点観測をしている。

これらの調査データを集計し、各色彩カテゴリー別の塗色比率を求めカラーポピュラリティーとしてグラフ化し、その経年変化から色彩傾向の変化を分析した。

また、乗用車の色彩分布をデザイン的な視点で考察するには、単にその色の出現比率だけではなく、どのような車格にどのような色が塗装されているのかを把握することが重要である。そこで、ランダムに500台以上の車をデジタルカメラを用いて撮影し、車のカテゴリー別のカラーポピュラリティーに従って、1台=1%の比率になるように写真を配置することによりビジュアライズした。図3に上海市内の2008年の調査結果を示す。

### 3. 中国モーターショーの調査結果と色彩動向

2003年から2008年の中国モーターショーの色彩動向を紹介する。図4にグラフ化したカラーポピュラリティーを示す。

#### 3.1 無彩色の動向

まず、ホワイト、シルバー、グレー、ブラックなどの無彩色の動向について述べる。2003年以降の長期トレンドをみると無彩色が増加傾向にあるこ

とがわかる。2006年には一旦減少したが、2008年では再び増加し無彩色全体で60%強を占めている。この傾向はメルセデスベンツ、BMWなどの高級車の展示が多いフランクフルトモーターショーと類似している。無彩色の詳細データは、ホワイト(11.2%)、シルバー(19.7%)、グレー(15.6%)、ブラック(14.2%)である。シルバーは、全色相の中で最も多く中型から大型車にかけて幅広く適用されていたが、特に新しいと感じる意匠表現は見られなかった。ブラックとホワイトは中国メーカーの初披露車に多く設定されていたため目立った印象を与えた。特にブラックは中国メーカーのセダン車格を中心に数多く適用され(図2)、また市場では依然としてブラックが最も多い色相でもあり重要な塗色と言える。

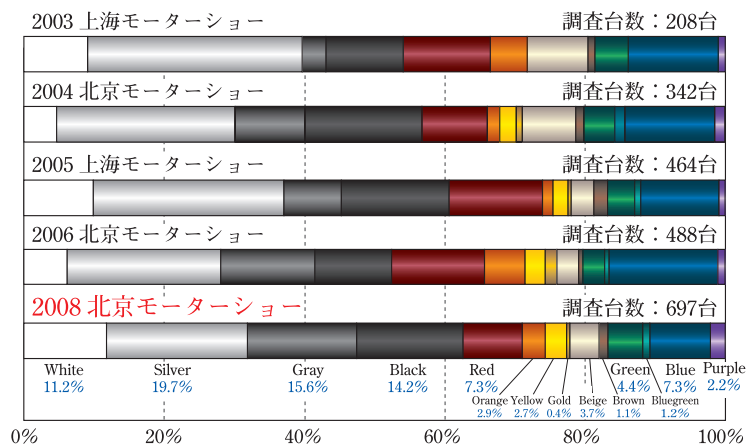


図4 2003-2008年 中国モーターショーのカラーポピュラリティー

色  
彩

一方ホワイトは2006年と比較して大幅に増えており変化の兆しが見えてきた。モーターショーでのホワイト増加は世界的なトレンドであり、欧州の2008年パリモーターショー調査においてもホワイト(18.4%)が主流となり、2006年との比較で2倍以上の増加を示しており、中国でも欧州モーターショーの影響が及んでいるものと考えられる。即ちホワイトによるエコイメージの訴求が背景にあると考える。

市場調査ではホワイトは減少傾向であるが、このような欧州発のトレンドを背景に、高級セダンで3コートパールが普及していくものと予測する。

次に、光輝感などの質感について観察すると、ブラックは漆黒感を狙ったソリッドと光輝材を使用したエフェクトブラックに分類でき、ホワイトはソリッドと3コートパールに分けることができる。エフェクトブラックは、大粒径アルミフレックや干渉パール光輝材を使用してハイライトのキラキラ感を強調したカラーが、欧州系メーカーで多く見られた。3コートパールホワイトは、シルバーパール光輝材を使用して高級感を表現したカラーが中国メーカーのコンセプトカーに適用されていたことが印象的であった。図5に示す。



東南汽車 コンセプトカー

図5 北京モーターショーにおける3コートパールホワイトの外板色展開事例

### 3.2 有彩色の動向

続いて有彩色の動向について述べると、ショーカーに占める有彩色の比率は全体で40%弱であり、2006年と比較して有彩色全体が減少していることがわかる。

減少が大きい色相はレッド(7.3%)、ブルー(7.3%)、オレンジ(2.9%)であり、2005~2006年の中国モーターショーでは幅広く見られた色相であったが大幅に減少している。しかしながらレッド、ブルー系は市場で人気のある重要なベーシックカラーであるため今後も軽視できないと考える。レッドは有彩色の中では出展車数が最も多い色相であるが、コンセプトカーやワールドプレミアカーへの展開ではなく市販車で多く見られたため、デザインの視点からは特に目立った印象は感じられなかった。その質感はソリッドからパールまで幅広く、カラークリヤー手法などを適用して彩度感を強

調したものも見られた。ブルーは主として低明度域で幅広い車格に展開されていた。そんな中で中国メーカーの広州汽車は、自社開発したコンセプトカー図6にライトブルーを設定し、高輝度アルミフレックの適用によるハイライトのスッキリした質感と、濁りのないシェードの色溜まり感が、カブリオレ・クーペスタイルに上手くコーディネートされていた。オレンジは大幅に減少したが、レッドと異なり新発表車に多く設定されていたため印象に残った色相である。中でも中国メーカーの長城汽車が発表したコンセプトカー図7は、見る角度によって色が変わるマルチカラー光輝材を使用し高輝度、高彩度、そして色変化が強いという特性を活かし存在感を強調していた。



広州汽車 コンセプトカー



図6 北京モーターショーにおけるライトブルーの外板色展開事例



長城汽車 コンセプトカー



図7 北京モーターショーにおけるマルチカラー光輝材を使用したオレンジ外板色展開事例



広州汽車 コンセプトカー



長城汽車 コンセプトカー

図8 北京モーターショーにおけるグリーン外板色展開事例

一方、グリーン(4.4%)、パープル(2.2%)、ブラウン(1.1%)の3色相は比率こそ少ないが2006年と比較して増加している。グリーンは高彩度色ではなく低彩度で男性らしさを表現したと思われるカーキ色が、中国メーカーのコンセプトカーでみられた。図8に示す。ブラウンは低明度、パール



図9 第一汽車が発表したコンセプトカー「紅旗SUV」



奇瑞汽車 QQ Sport

TOYOTA YARIS



FORD New Fiesta

図10 北京モーターショーにおけるパープル外板色展開事例

質感で上品なイメージの色が設定されていた。その一例として第一汽車が披露したコンセプトカー「紅旗SUV」を図9に示す。中国のさまざまな古典文化がディテールに反映されている。その中でも前後のランプ形状は古代中国兵器をモチーフにしたデザインで独創性があり、また外板カラーにおいてはゴールド干渉パールを使用したダークブラウンで高級SUVらしさを上手く表現していた。車のコンセプトイメージを外板色でも表現した事例と考える。同時にSUV車格のコンセプトカーを初披露したことで、第一汽車の官公庁向け高級セダンというブランドイメージの転換意欲も感じさせられた。パープルの増加は興味深い。高彩度の派手なイメージから、低明度の落ち着いたイメージまで小型車を中心に設定されていた。図10に示す。

#### 4. 都市部における自動車外板色調査結果

都市部の走行車の色彩分布調査の狙いは、自動車カラーデザインにおける「未来」と「現在」とを繋ぐことである。これは、各自動車メーカーがコンセプトカーのような未来をイメージした車を発表するモーターショーと、実際の市場で走行している車の外板塗色を照らし合わせて分析し動向を探ること、新しい発見があり新色開発や新色提案に活用できると考えるからである。

中国の自動車色彩動向は、地域、都市において異なる特徴があるため、北京、上海、広州の3拠点を経年で調査している。その結果を図11に示す。共通して言えることはブラッ



北京市内 調査地

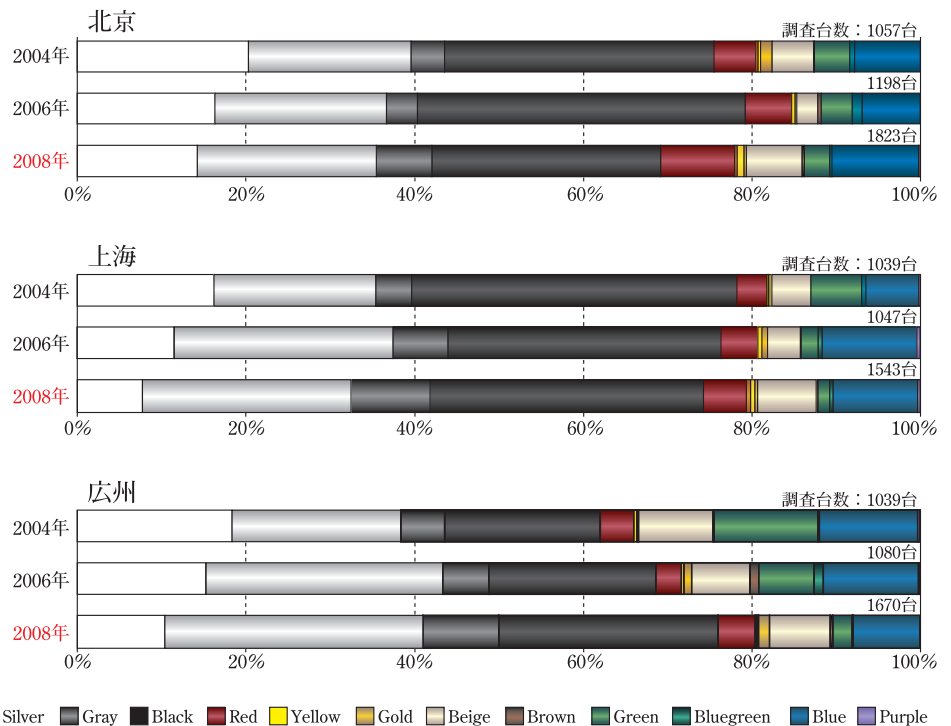


図11 北京、上海、広州における自動車外板色の調査結果

クが多いことである。これは、**図12**に示すように走行車として数が多い欧州や日本メーカーの高級セダンにはブラックが支配的だからである。



図12 上海・北京市内中心地におけるブラック外板色事例

#### 4.1 北京の色彩動向の特徴

(2008年調査概要: 4月21日(月) AM9:00 ~ 12:00 曇り、天安門近辺幹線道路沿い)

**図11**で示すように有彩色が増加傾向にある。2008年の結果では上海、広州と比べ無彩色が最も少ない結果となった。興味深いのは、**図13**のようなカジュアルイメージのレッド、グリーン、ブルー系を塗装したコンパクトカーが市場に出現していることである。日本と同様に、女性やファミリー層をターゲットにしたコンパクトカーの普及が広がると中国でのカラー化が本格化すると予測する。



図13 北京市内におけるカジュアルカラー塗色の事例

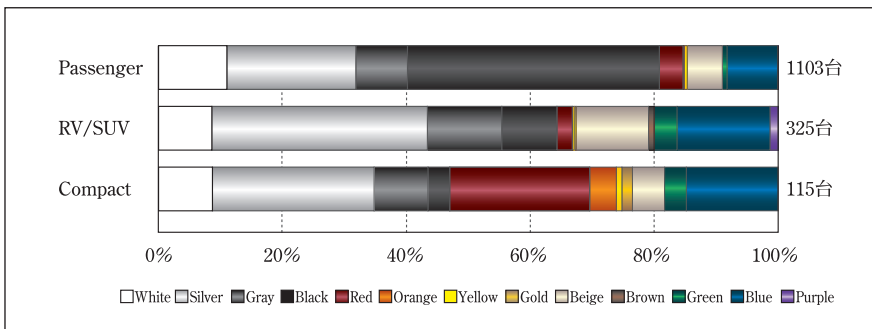


図14 上海市内の自動車カテゴリー別色彩分布比率(2008年4月 1543台調査)

#### 4.2 上海の色彩動向の特徴

(2008年調査概要: 4月24日(木) AM9:00 ~ 12:00 晴れ、浦東駅近辺世紀大通り)

上海では、ブラックが北京、広州と比べ最も多いのが大きな特徴である。これは、金融・経済の中心地であるため富裕層の比率が多く、**図12**のような高級車の比率が極めて高いからだと考える。しかしながら北京同様に有彩色が増加傾向にある。コンパクトカーにおける有彩色の比率が高いことが主な要因と考える。**図14**に2008年4月の上海市内における自動車のカテゴリー別色彩分布比率を示す。

#### 4.3 広州の色彩動向の特徴

(2008年調査概要: 4月25日(金) AM9:00 ~ 12:00 雨、広州広場近辺幹線道路沿い)

過去に有彩色比率が高かった広州では、北京、上海とは逆に、無彩色が増加傾向にある。2008年の結果では北京、上海と比べ無彩色が最も多く、とりわけシルバーが多い。RV/SUV、ミニバン車格が多く見られたのも特徴といえる。また、北京、上海と比べると日本車の普及比率が高く感じられた。

以上、都市比較をまとめると都市間の差が減少していることがわかる。理由として、北京、広州のモータリゼーションの進展と共にカラートレンドにおいても、情報や流行の発信地である上海に近づいてきているのではないかと考える。

### 5. まとめ

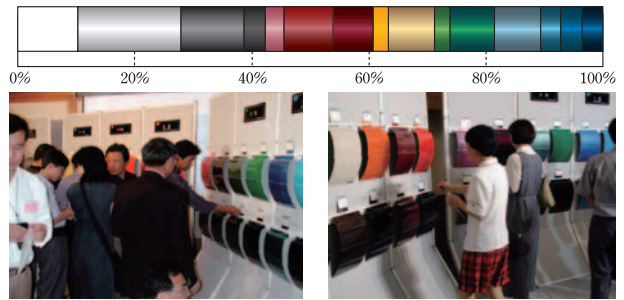
2008年の北京モーターショーでは、中国国内メーカーが「自主ブランドや自主開発」を加速させニューモデルを相次ぎ発表し、車のコンセプトやスタイリングに合わせた色を上手く表現していた。そこには色域はもちろんのこと、アルミ、パールといった光輝材の組み合わせ方や塗装工程の工夫など質感に対する意匠へのこだわりを感じられる色も見られた。

2003年から2008年に開催された中国モーターショーのカラーポピュラリティーの経年変化では無彩色が増加傾向にある。これは中国メーカーの初披露車に多く設定されていたことと、中国市場で人気の高いフォルクスワーゲンやメルセデスベンツといった欧州メーカーが無彩色の外板塗色のセダンを数多く展示していたことが増加の要因と考えられる。また、展示台数の増加にも驚かされる。2003年は約

200台であったが2008年には約700台が展示されていた北京モーターショーは、日本を含むアジアの中では最大規模のショーとなり、国内外からの期待と関心の大きさが強く感じられたショーであった。

中国市場における自動車外板色はブラック抜きでは語れない。この動向はしばらく継続すると予測される。その理由として中国自動車市場は、公用車や社用車のブラック外板色の普及から始まった経緯があるが、一般購買層に乗用車の普及が広がっている今、高級感のあるブラック外板塗色の乗用車に乗ることがステイタスとなっているのではないかと考えられる。さらに日本、欧州の自動車市場において、ブラックの流行が確実にようになってきていることも後押ししているものと考えられる。日本における自動車の生産台数から導いたカラーポピュラリティーを図15に示すが、シルバーが減少に転じつつあり、代わりにブラックが増加していることがわかる。

有彩色における興味深い動向として、日本の自動車市場ではアイキャッチカラーとして使用されるピンク、パープル、ブラウンなどのカジュアルなカラーが主に小型車で定着しているが、中国市場では殆ど見られないことである。その理由としては、ファッション性の高いカジュアルなカラーが自動車の外板色まで浸透していないことと、乗用車にはステイタス性の高さが求められるからだと考えられる。しかし、日本と同様に若い女性やファミリー層をターゲットにした低価格のコンパクトカーの普及が広がる時代が来れば、中国でもカラー化が本格化するだろう。



調査風景  
図16 中国人を対象にした自動車外板塗色の嗜好色調査結果 (2000年8月実施)

図16にCD研究所が2000年に実施した、中国人を対象にした自動車外板塗色の嗜好色調査結果を示すが、都市部の走行車の約5割がブラック外板色の時代にカジュアルなレッドやブルーの嗜好があるという結果を得ている。中国の国民が本来もっていると考えられるカラー嗜好、また伝統や文化を考慮したカラーが自動車外板色に普及するのは、さほど遠くはないのかもしれない。

中国らしい自動車外板色が見られることを楽しみに、今後も継続して中国自動車市場を調査し解析していきたい。

参考文献

- 1) 中畑顯雅:塗料の研究、140、2-15(2003)
- 2) 前田賢司、藤枝宗、中畑顯雅:塗料の研究、148、21-30 (2007)

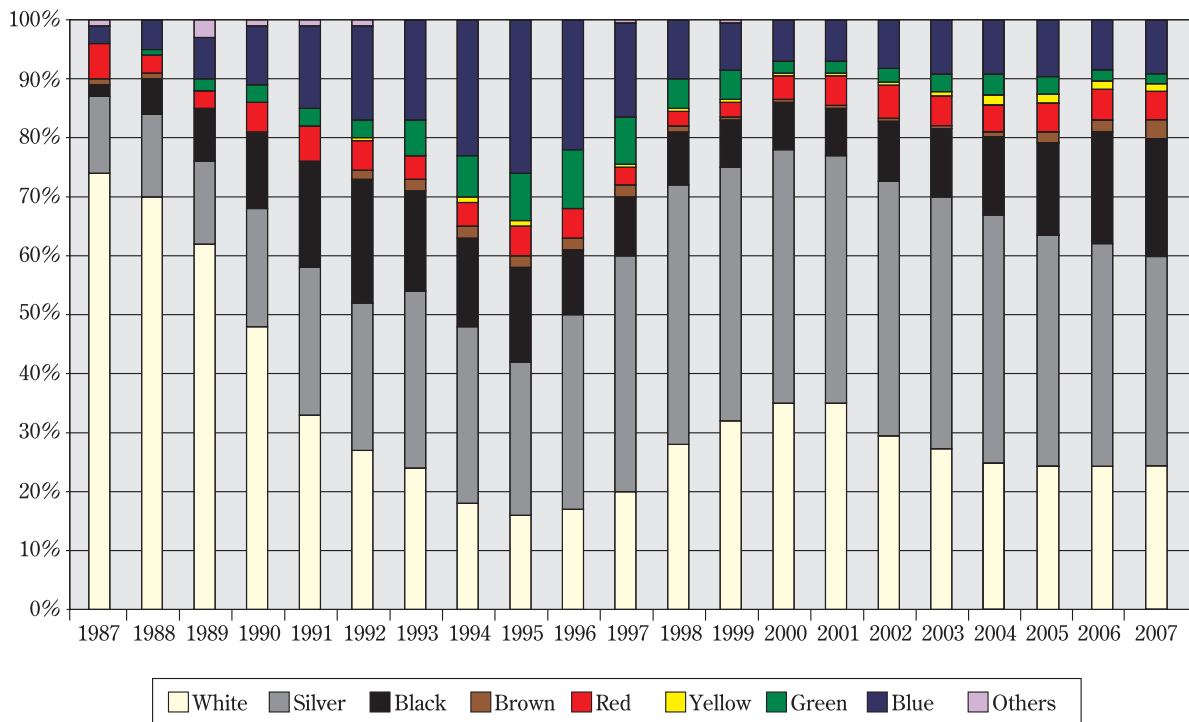


図15 日本における自動車カラーポピュラリティー (生産台数ベース JAFCAデータより作成)

色  
彩